



Investigating the Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention with the Mediating Role of Entrepreneurial Mindset (Study Case: Islamic Azad University, Bandar Abbas Branch)

Mehran Mokhtari Bayekolaei¹ | Sara Kohan Ghaziyani²

1. Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Chalous Branch, Chalous, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: mokhtari@iauc.ac.ir
2. Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Chalous Branch, Chalous, Iran.
E-mail: sara.kohan@iauc.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 07 Feb 2023

Received in revised form: 05 Jun 2023

Accepted: 19 Jun 2023

Available online: 23 Jun 2023

Keywords:

Entrepreneurship
Education;
Entrepreneurial Mindset;
Entrepreneurial
Intention;
Entrepreneurship
Management.

In recent years, the topic of entrepreneurship education has received a lot of attention. The main reason for this is that the increase in the number of entrepreneurs in the society reduces problems such as unemployment, poverty and improper distribution of wealth, and it also leads to the improvement of living standards and regional development. The aim of the current research is to investigate the effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention with regard to the mediating role of entrepreneurial mindset. The statistical population of the present study includes the students in the entrepreneurship classes of the Islamic Azad University, Bandar Abbas branch in the fall of 1401, who were a total of 247 people, and among them, 150 people were selected as the statistical sample of the study using Cochran's formula. In the current research, the data collection tool was questionnaire. The data analysis of the present research was done using SPSS version 26 and Smart-PLS version 3 software at two descriptive and inferential levels. The results of structural equation modeling indicated that entrepreneurship education has an indirect and significant effect on entrepreneurial intention through the intermediary variable of entrepreneurial mindset, and entrepreneurship education indirectly explains 35% of the changes in the entrepreneurial intention variable. Moreover, the entrepreneurship education variable did not have a significant effect directly on entrepreneurial intention. The results of the study show that entrepreneurship education can pave the way for the development of entrepreneurial undertakings. The present study has practical recommendations for politicians and planners in this field.

Education and Management of Entrepreneurship, 2023, Vol. 2, No. 2, pp 79-96

Cite this article: Mokhtari Bayekolaei, M., & Kohan Ghaziyani, S. (2023). Investigating the Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention with the Mediating Role of Entrepreneurial Mindset (Study Case: Islamic Azad University, Bandar Abbas Branch). *Education and Management of Entrepreneurship*, 2 (2), 79-96. doi: 10.22126/eme.2023.8790.1015 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.8790.1015>

Publisher: Razi University

بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس)

مهران مختاری بایع کلایی^۱ | سارا کهن قاضیانی^۲

۱. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس، چالوس، ایران.
(نویسنده مسئول). رایانامه: mokhtari@iauc.ac.ir

۲. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس، چالوس، ایران.
رایانامه: sara.kohan@iauc.ac.ir

اطلاعات مقاله | چکیده

در سال‌های اخیر، موضوع آموزش کارآفرینی مورد توجه بسیاری از پژوهشگران در سراسر جهان قرار گرفته است. عمده ترین دلیل این موضوع، افزایش تعداد کارآفرینان در جوامع مختلف است که باعث کاهش مشکلاتی از قبیل بیکاری، فقر و توزیع نامناسب ثروت شده و نیز منجر به ارتقاء سطح کیفیت زندگی و در نهایت توسعه منطقه‌ای می‌شود. هدف این پژوهش بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۴۷ نفر دانشجویان شرکت‌کننده در کلاس‌های درس کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس در ترم پاییز سال ۱۴۰۱ بود که از میان آن‌ها تعداد ۱۵۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران به‌عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بود. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و Smart PLS نسخه ۳ در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد. یافته‌های حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری، بیانگر این است که آموزش کارآفرینی از راه متغیر میانجی ذهنیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تأثیر غیر مستقیم و معنادار داشته و آموزش کارآفرینی، ۳۵٪ از تغییرات متغیر قصد کارآفرینانه را به‌طور غیر مستقیم تبیین می‌نماید. همچنین متغیر آموزش کارآفرینی به‌طور مستقیم بر قصد کارآفرینانه تأثیر معناداری نداشت. نتایج پژوهش بیانگر آن است که آموزش کارآفرینی می‌تواند زمینه توسعه اقدامات کارآفرینانه را فراهم کند. پژوهش حاضر پیشنهادها کاربردی برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان این حوزه را به‌همراه دارد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۳/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۹

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۲/۰۴/۰۲

کلیدواژه‌ها:

آموزش کارآفرینی،

ذهنیت کارآفرینانه،

قصد کارآفرینانه،

مدیریت کارآفرینی.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۲، سال ۱۴۰۲، صفحات ۹۶-۷۹

استناد: مختاری بایع کلایی، مهران؛ کهن قاضیانی، سارا (۱۴۰۲). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت

کارآفرینانه (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲ (۲)، ۷۹-۹۶. doi:

10.22126/eme.2023.8790.1015



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.8790.1015>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

طبق تعاریف، کارآفرینی^۱ چیزی فراتر از ایجاد صرف یک کسب و کار است. بسیاری از کشورها به طور فزاینده‌ای کارآفرینی را به‌عنوان ابزاری مؤثر برای ایجاد شغل، افزایش بهره‌وری و رقابت، بهبود کیفیت زندگی و دستیابی به اهداف جامعه می‌دانند (درینی و همکاران، ۱۴۰۱). نقش کارآفرینان در دستیابی به اهداف توسعه پایدار بسیار مهم است. کارآفرینان با داشتن آگاهی و تعهد به توسعه پایدار، به دستیابی به تمامی اهداف توسعه پایدار کمک می‌کنند، زیرا کسب و کارهایی را بنیان‌گذاری می‌کنند که به ایجاد اشتغال، کاهش فقر، فراهم کردن مشاغل مناسب و رشد اقتصادی می‌انجامند و منجر به کاهش گرسنگی، افزایش دسترسی به خدمات مربوط به سلامتی و رفاه، افزایش دسترسی به انرژی پاک و مقرون به‌صرفه و نیز تقویت صنایع می‌گردند (عشری و همکاران^۲، ۲۰۲۲). شواهد زیادی مبنی بر وجود رابطه غیر رسمی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و نیز کاهش فقر وجود دارد (چودھاری^۳، ۲۰۰۷). آیا کارآفرینی آموختنی است؟

وسپر (۱۹۹۰) به نقل از ستیاوان و لستاری^۴ (۲۰۲۱) با انجام مطالعه پیمایشی در میان استادان دانشگاهی آمریکا دریافت که ۹۳٪ پاسخگویان معتقدند که کارآفرینی قابل آموزش دادن است به گفته لورز (۲۰۱۱) به نقل از ستیاوان و لستاری (۲۰۲۱)، آموزش کارآفرینی^۵ می‌تواند تمایل افراد برای کارآفرین شدن را افزایش دهد و کارآفرینان آینده را به مهارت‌های مرتبط تجهیز نماید؛ بنابراین آموزش کارآفرینی بر قصد و رفتارهای کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد. آموزش کارآفرینی می‌تواند دانش فرد در زمینه کارآفرینی و همچنین تمایل عاطفی فرد را برای کارآفرین شدن افزایش دهد. آموزش کارآفرینی می‌تواند توانایی‌های مدیریتی دانشجویان را برای موفقیت در فعالیتهای تجاری افزایش دهد (مختار و همکاران^۶، ۲۰۲۱). آموزش همچنین می‌تواند نقش مهمی در توسعه قصد کارآفرینانه^۷ داشته باشد (حسن و همکاران^۸، ۲۰۲۱).

قصد کارآفرینانه یک حوزه تحقیقاتی تلفیقی در زمینه کارآفرینی است (لینان و فایول^۹، ۲۰۱۵). قصد کارآفرینانه به‌عنوان «قطعیت پذیرفته‌شده توسط شخصی که قصد راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را دارد و آگاهانه برای انجام آن در آینده برنامه‌ریزی می‌کند» تعریف می‌شود (چرا و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۹). وجود قصد کارآفرینانه در یک کارآفرین، حساسیت او را برای تشخیص فرصت‌های موجود در محیط و ایجاد یک جاه‌طلبی کارآفرینانه برای دنبال کردن فرصت‌های جدید، تقویت و کنترل می‌نماید. قصد کارآفرینانه یک عامل ابتکاری اساسی در فرایند کارآفرینی است، ویژگی‌های شخصیتی، نیازها، ارزش‌ها، عادات و اعتقادات یک کارآفرین، عوامل شکل‌گیری قصد کارآفرینانه هستند (ستیاوان و لستاری، ۲۰۲۱). از طرف دیگر باید در نظر داشت که در گزارش سال ۱۳۹۸ (۲۰۱۹-۲۰۲۰)، دیده‌بان جهانی کارآفرینی^{۱۱}، بیان شد ۳۷/۹٪ از مردم ایران قصد راه‌اندازی کسب و کار جدید خودشان را در سه سال آینده دارند (قصد کارآفرینانه)، ولی در گزارش

1. Entrepreneurship
2. Ashari et al.
3. Chowdhury
4. Setiawan & Lestari
5. Entrepreneurship Education
6. Mukhtar et al.
7. Entrepreneurial Intention
8. Hassan et al.
9. Liñán & Fayolle
10. Çera et al.
11. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

سال ۱۳۹۹ (۲۰۲۰-۲۰۲۱)، شاخص قصد کارآفرینانه با کاهش ۱۴ درصدی به ۲۴٪ نزول یافته است و تنها ۲۱/۳٪ مردم کشور ایران باور دارند که راهاندازی یک کسب و کار جدید در ایران، آسان است. در این زمینه کشور ایران رتبه ۴۲ را از بین ۴۳ کشور هم‌گروه خود کسب نموده است (دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۲۱). از آنجا که روحیه کارآفرینی را می‌توان از طریق آموزش کارآفرینی القاء کرد (فیتز و بوید^۱، ۲۰۱۷) و همچنین سیاست‌گذاران و اقتصاددانان نشان داده‌اند که کارآفرینی نقش مهمی در ارتقای رشد اقتصادی و نوآوری دارد؛ بنابراین برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دهه‌های اخیر و در سطح آموزش عالی، توسعه سریع و جهانی را تجربه کرده است (کوی و بل، ۲۰۲۲). به نظر می‌رسد دانش ویژه‌ای که فراگیران در باره کارآفرینی در خلال دوره آموزش کارآفرینی به دست می‌آورند می‌تواند توانایی آنان را در شناسایی فرصت کارآفرینی افزایش دهد و بنابراین باعث بهبود نگرش و قصد کارآفرینانه آنان شود (کریمی و همکاران، ۱۳۹۵).

با توجه به تمامی مواردی که به آن‌ها اشاره شد و با در نظر گرفتن گزارش‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ که نشان‌دهنده وضعیت رو به افول شاخص قصد کارآفرینانه در میان مردم کشور و اهمیت ارتقای قصد کارآفرینانه در جامعه امروز است، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر آموزش‌های کارآفرینی ارائه شده بر قصد کارآفرینانه دانشجویان است. همچنین نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه نیز در رابطه آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار می‌گیرد. در ابتدا به مرور ادبیات نظری موجود و همچنین مرور تعدادی از پژوهش‌های پیشین که مرتبط با موضوع پژوهش هستند پرداخته شده و در ادامه توصیفی از جامعه آماری پژوهش، روش گردآوری داده‌ها و شیوه تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش مطرح می‌شوند. سرانجام یافته‌های پژوهش و بحث در مورد اهمیت یافته‌ها آورده شده و نتیجه‌گیری نهایی ارائه می‌گردد.

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

بر اساس پژوهش‌های مختلف، دوره‌های آموزشی باعث افزایش آگاهی و درک فرآیند آغاز به کار و مدیریت کسب و کارهای جدید شده است. برخی از پژوهشگران که به بررسی اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی پرداخته‌اند، دریافته‌اند که این آموزش‌ها منجر به افزایش آگاهی و همچنین تسهیل فرایند کارآفرینانه در فراگیران شده است (مقیمی و احمدپورداریانی، ۱۳۸۷). آموزش می‌تواند نقش کلیدی در ترویج کارآفرینی ایفا نماید. ما از عبارت «آموزش کارآفرینی» برای اشاره به هر نوع برنامه آموزشی یا فرآیند آموزشی برای انتقال نگرش‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه استفاده می‌کنیم (حسن و همکاران، ۲۰۲۱). ذهنیت کارآفرینانه به‌عنوان «توانایی حس کردن، فکر کردن و عمل کردن در راستای فرصت‌ها و نه موانع» تعریف می‌شود (مختار و همکاران، ۲۰۲۱).

مک‌گرس و مک‌میلان (۲۰۰۰)، ابتدا ذهنیت کارآفرینانه را به‌عنوان «توانایی به‌سرعت درک کردن، اقدام کردن و تحرک داشتن، حتی در شرایط بسیار نامطمئن» تعریف کردند. شپرد و همکاران، ذهنیت کارآفرینانه را به‌عنوان «توانایی و تمایل افراد برای درک، اقدام و تحرک سریع در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی در مورد یک فرصت احتمالی برای دستیابی به منفعت تحت شرایط عدم اطمینان» تعریف کردند (کوی و بل^۲، ۲۰۲۲). فرایند شکل‌دهی و تصمیم‌گیری برای ایجاد یک ایده تجاری جدید به‌عنوان «قصد کارآفرینانه» شناخته

می‌شود.

ایده‌های کارآفرینی و نگرش به فرصت‌های کارآفرینانه، نتیجه شکل‌گیری قصد کارآفرینانه است که قبل از اینکه کارآفرینان کسب و کارشان را بنیان‌گذاری کنند، ایجاد می‌گردد (ستیوان و لستاری، ۲۰۲۱). قصد کارآفرینانه نمایش دهنده قصد فرد برای شروع یک کسب و کار است و یک فرآیند آگاهانه ذهنی است که مقدم بر عمل بوده و تمایل فرد را به سمت شروع یک کسب و کار جدید هدایت می‌کند. به‌طور کلی قصد، بخش اولیه و با اهمیتی از فرایند شناختی ایجاد و توسعه یک رفتار از جمله راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و کارآفرینانه محسوب می‌شود (پوروایی و همکاران، ۱۳۹۹). برخی پژوهش‌ها عنوان کرده‌اند که احتمالاً نگرش‌ها در ابتدا به شکل خواسته‌ها نشان داده می‌شوند (مثلاً: من می‌خواهم رفتار مشخصی را انجام دهم)، سپس تبدیل به قصد انجام فعالیت شده و اعمال را هدایت می‌کنند (آرمیتاژ و کانر^۱، ۲۰۰۱).

در میان مدل‌های مرتبط با قصد، یکی از مدل‌هایی که به‌صورت گسترده مورد پژوهش قرار گرفته است، مدل تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده است که در ابتدا توسط آجزن^۲ (۱۹۹۱) مطرح شد. این مدل به‌طور گسترده در پژوهش‌های کارآفرینی به‌کار گرفته شده و اثربخشی و توانایی آن برای پیش‌بینی رفتارها و قصد کارآفرینانه در تعدادی از مطالعات کارآفرینی نشان داده شده است. فاکتور اصلی در تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، قصد یک فرد برای انجام یک رفتار مشخص است (برای مثال: قصد کارآفرین شدن). در نتیجه بنابر گفته آجزن (۱۹۹۱)، مدل، تأکید دارد که قصد به‌وسیله سه جزء یا عنصر تحت تأثیر قرار می‌گیرد که عبارت‌اند از: نخست: «هنجارهای ذهنی» که به فشارهای اجتماعی درک‌شده برای انجام دادن یا خودداری کردن از یک رفتار مشخص، اشاره دارد (برای مثال: تبدیل شدن به یک کارآفرین)، دوم: «نگرش نسبت به رفتار» که همان میزان ارزیابی مطلوب یا نامطلوب یک شخص در مورد انجام یک رفتار هدف است (برای مثال: کارآفرین بودن) و سوم: «کنترل رفتاری درک‌شده» که همان دشواری یا سهولت درک‌شده در انجام یک رفتار است (برای مثال: تبدیل شدن به یک کارآفرین).

از نظر مفهومی، «کنترل رفتاری درک‌شده» مشابه همان «خودکارآمدی درک‌شده» است. بنابر گفته آجزن (۲۰۰۲) در هر دو مفهوم، احساس توانایی برای انجام فعالیت، مهم است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۵). کنترل رفتاری درک‌شده نشان‌دهنده امکان‌پذیری انجام یک رفتار است که از ادراکات نسبت به توانایی‌های فردی سرچشمه می‌گیرد. این مفهوم با خودکارآمدی آن‌چنان تفاوتی ندارد. مقصود از این دو مفهوم توانایی فرد برای انجام دادن یک فعالیت است و اینکه فرد تا چه اندازه توانایی انجام دادن فعالیت کارآفرینانه را در خودش احساس می‌کند (کروگر و همکاران^۳، ۲۰۰۰).

برخی از مطالعات ابراز داشته‌اند که قصد کارآفرینانه می‌تواند تحت تأثیر دو دسته از عوامل فردی و محیطی قرار گیرد که شناسایی و برنامه‌ریزی برای تقویت آن‌ها، بروز رفتار کارآفرینانه را محتمل‌تر می‌سازد (خلیلی خضرآبادی و حسنی، ۱۴۰۱). برخی از پژوهشگران، از مدل رفتار برنامه‌ریزی شده برای ارزیابی تأثیر دوره‌های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان استفاده و کارایی آن را اثبات نموده‌اند (سویتاریس و همکاران^۴، ۲۰۰۷). در الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده، مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار کارآفرینی، قصد کارآفرینانه است. قصد کارآفرینی یک ویژگی است که فرد را هدایت می‌کند تا به دنبال یک شغل آزاد برود و یا اقدام به

1. Armitage & Conner

3. Ajzen

3. Krueger et al.

4. Souitaris et al.

تأسیس یک کسب و کار جدید کند (فایول و لیان^۱، ۲۰۱۴). در بسیاری از پژوهش‌های انجام شده (برای مثال: کوی و بل، ۲۰۲۲؛ ستیاوان و لستاری، ۲۰۲۱؛ حسن و همکاران، ۲۰۲۱)، وجود رابطه بین آموزش کارآفرینی با ایجاد قصد کارآفرینانه به اثبات رسیده است که نشان می‌دهد دوره‌های آموزش کارآفرینی می‌توانند منجر به ایجاد فرصت‌هایی برای بهره‌گیری شرکت‌کنندگان از توانایی‌های کارآفرینی خود شوند.

درینی و همکاران (۱۴۰۱)، پژوهشی با عنوان «نقش آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان با نقش میانجی خودکارآمدی، نگرش به کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینانه» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر متغیرهای خودکارآمدی، ذهنیت کارآفرینی و متغیر نگرش به کارآفرینی (عاطفی، شناختی و رفتاری) بر متغیر قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری داشته است. اوتادی، صفری و عباسی (۱۴۰۱)، پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر خلاقیت، استقلال‌طلبی و بارکاری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان: نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینی» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که نگرش و خلاقیت اثر معنادار و مثبتی بر قصد کارآفرینانه داشتند؛ ولی اثر معنادار استقلال‌طلبی بر قصد کارآفرینانه تأیید نشد. بارکاری اثر معنادار و منفی بر قصد و نگرش کارآفرینانه داشت. نقش میانجی نگرش در رابطه بین خلاقیت، استقلال‌طلبی و بارکاری با قصد کارآفرینانه نیز تأیید گردید.

نصیری (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر مهارت‌های کارآفرینی و نگرش به کارآفرینی در میان فعالان صنعت بورس» انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر نگرش به کارآفرینی و مهارت‌های کارآفرینی تأثیرگذار است. همچنین کارآفرینی در خانواده در تأثیر آموزش کارآفرینی بر مهارت‌های کارآفرینی نقش تعدیل‌گر دارد.

پورویابی و همکاران (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که تفاوت معناداری بین پاسخگویان از نظر قصد کارآفرینی بر حسب جنسیت، شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی، تجربه کاری و دارا بودن شغل آزاد وجود دارد. رابطه مثبت و معناداری بین درآمد خانواده و سواد مادر با قصد کارآفرینی وجود دارد.

مردعلی (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت، قصد، نگرش و اشتیاق به کارآفرینی» انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینانه بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار دارد. خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت کارآفرینی، قصد کارآفرینی، نگرش نسبت به کارآفرینی و اشتیاق نسبت به کارآفرینی، تأثیر مثبت و معنادار دارد.

اکبری سیاهکلی (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «نقش آموزش کارآفرینی در نگرش و قصد کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی خودکارآمدی» انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد که اختلاف معناداری میان دانشجویان دارای آموزش کارآفرینی و غیر کارآفرینی به لحاظ سطح خودکارآمدی، نگرش کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه به چشم می‌خورد.

جمالی کسرینه (۱۳۹۷)، پژوهشی با عنوان «تأثیر کیفیت آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده» انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد که کیفیت آموزش‌های کارآفرینی بر ایجاد نیت کارآفرینانه تأثیر مثبت داشته و همچنین بین متغیر کیفیت آموزش کارآفرینی با متغیرهای نگرش شخصی، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. کریمی و همکاران (۱۳۹۵)، پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد

کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های غرب کشور» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که تأثیر آموزش کارآفرینی بر عامل‌های انگیزشی (نگرش، کنترل رفتاری درک‌شده، هنجارهای ذهنی) و قصد کارآفرینانه دانشجویان، مثبت و معنی‌دار بود. در بخش سودمندی برنامه (یادگیری، الهام‌بخش بودن، منابع رشد)، تنها یادگیری با تغییر نگرش و قصد کارآفرینانه رابطه مثبت و معنادار داشت.

یزدانی (۱۳۹۱)، پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی» انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی شرکت‌کنندگان تأثیر معناداری دارد. آموزش کارآفرینی ابتدا بر ادراک شرکت‌کنندگان از امکان‌پذیری کارآفرینی (خودباوری کارآفرینانه) و سپس بر نگرش آنان نسبت به رفتار کارآفرینانه (ادراک از مطلوبیت رفتار کارآفرینانه) بیشترین تأثیر را داشته است.

کوی و بل (۲۰۲۲)، پژوهشی با عنوان «ذهنیت کارآفرینانه رفتاری: چگونه فعالیت آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی مؤثر، تأثیر مثبت بر رفتار کارآفرینانه دارد که تا حدی توسط قصد کارآفرینانه میانجی‌گری می‌شود. عشری و همکاران (۲۰۲۲)، پژوهشی با عنوان «کارآفرینی و اهداف توسعه پایدار: تحلیلی چندگروهی از تأثیر تعدیل‌گر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، قصد کارآفرینانه را تبیین و پیش‌بینی می‌کند. با این حال، نتایج تجزیه و تحلیل چندگروهی نشان می‌دهد که حضور در دوره کارآفرینی، قدرت رابطه بین ساختار برون‌زا و درون‌زا را در مقایسه با کسانی که در دوره آموزش کارآفرینی شرکت نمی‌کنند، افزایش نمی‌دهد.

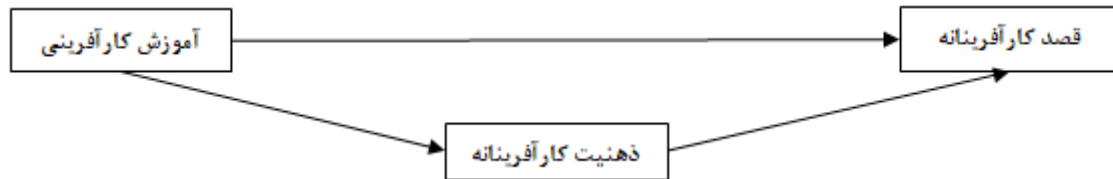
ستیوان و لستاری (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان، با نقش میانجی متغیر خودکارآمدی» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی، تأثیر قابل توجهی بر خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دارد و خودکارآمدی کارآفرینانه به‌طور مثبت بر قصد کارآفرینانه تأثیرگذار است.

مختار و همکاران (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان «آیا آموزش کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی، قصد کارآفرینانه دانشجویان را افزایش می‌دهند؟ با بررسی نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که ذهنیت کارآفرینانه به‌طور موفقیت‌آمیزی به ایجاد قصد کارآفرینانه در دانشجویان سرعت بخشیده است. هم آموزش کارآفرینی و هم فرهنگ کارآفرینی با ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان همبستگی قوی دارند. برخلاف انتظار، این پژوهش رابطه معناداری میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشجویان پیدا نکرد.

حسن و همکاران (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان «گرایش کارآفرینی فردی، آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه: با بررسی نقش میانجی انگیزه‌های کارآفرینی» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی هم گرایش کارآفرینی فردی و هم انگیزه‌های کارآفرینی را تسهیل می‌نماید و همچنین ارتباط مثبتی با قصد کارآفرینانه دارد.

چرا و همکاران (۲۰۱۹)، پژوهشی با عنوان «رابطه بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه: شواهدی از یک کشور در حال گذار» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه مثبتی بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه وجود دارد که با یافته‌های پژوهش‌های پیشین هم‌سو است. کوی و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان کالج در چین: با نقش میانجی

الهام‌بخشی و نقش ویژگی‌های آموزشی» انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی به‌طور قابل توجهی الهام‌بخشی کارآفرینانه دانشجویان را افزایش می‌دهد که به‌نوبه خود، شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینانه را ارتقاء می‌دهد. در ادامه مدل مفهومی و همچنین فرضیات پژوهش حاضر ارائه می‌شوند. مدل مفهومی این پژوهش که برگرفته از نظریات مختار و همکاران (۲۰۲۲) است در شکل شماره ۱ ترسیم شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

- با توجه به چارچوب نظری و مدل مفهومی پژوهش، فرضیات پژوهش عبارت‌اند از:
- آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد (فرضیه اصلی پژوهش).
 - آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارد (فرضیه فرعی اول).
 - آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد (فرضیه فرعی دوم).
 - ذهنیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارد (فرضیه فرعی سوم).

روش پژوهش

این پژوهش از نظر رویکرد، کمی است. با توجه به تقسیم‌بندی‌های تحقیق از نظر هدف، پژوهش حاضر از نوع کاربردی است، زیرا به دنبال آن است که از یافته‌های حاصله جهت حمایت از برنامه‌های آموزش کارآفرینی به دانشجویان، استفاده کند. همچنین در گردآوری و تحلیل داده‌ها، پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی محسوب می‌گردد. جامعه آماری این تحقیق، شامل دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس که واحد درسی کارآفرینی (درس عمومی) را اخذ کرده‌اند، است. بر اساس اطلاعات ارائه شده از سوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس، تعداد شش کلاس درس کارآفرینی در ترم تحصیلی پاییز و زمستان ۱۴۰۱ تشکیل شده و تعداد کل دانشجویان حاضر در این شش کلاس درس برابر با ۲۴۷ نفر بوده است. جمع‌آوری اطلاعات مربوط به پژوهش حاضر در جلسات پایانی کلاس‌های درس انجام شده است. در پژوهش حاضر با استفاده از فرمول کوکران، حداقل حجم نمونه مورد نیاز در سطح اطمینان ۹۵٪، به شرح زیر تعیین شد:

$$n = \frac{\frac{(z^2)pq}{(d^2)}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{(z^2)pq}{(d^2)} - 1 \right)}$$

در این فرمول n همان حجم نمونه آماری پژوهش، N همان حجم جامعه آماری پژوهش، Z همان مقدار احتمال نرمال استاندارد، p همان نسبت موفقیت، q همان نسبت شکست و d همان درصد خطا است. P و q معمولاً برابر ۰/۵ در نظر گرفته شده و d هم معمولاً برابر با ۰/۰۵ لحاظ می‌شود. در نتیجه با قرار دادن اعداد در فرمول کوکران، حداقل حجم نمونه مورد نیاز در سطح اطمینان ۹۵٪، برابر با ۱۵۰ نفر محاسبه گردید.

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(0.05^2)} = 150$$

$$1 + \frac{1}{247} \left(\frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(0.05^2)} - 1 \right)$$

ابزار گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر پرسش‌نامه‌ای شامل سه بخش بود. در بخش اول هدف از جمع‌آوری داده‌ها، اهمیت همکاری پاسخ‌دهندگان و ضرورت رعایت دقت و صداقت در تکمیل پرسش‌نامه شرح داده شد، بخش دوم حاوی سؤالات جمعیت‌شناختی شامل سن، جنسیت، وضعیت تأهل و سابقه کاری پاسخ‌دهندگان بود و بخش سوم شامل سؤالات اصلی پژوهش و گویه‌های برگرفته از پرسش‌نامه پژوهش مختار و همکاران (۲۰۲۲) بوده است. در ادامه نمونه‌هایی از گویه‌های پرسش‌نامه برای هر یک از متغیرهای پژوهش آورده شده است: آموزش کارآفرینی: «آموزش کارآفرینی در دانشگاه، مرا قادر ساخت تا خلاقانه فکر کنم». ذهنیت کارآفرینانه: «من جنبه‌های مثبت یا منفی انجام فعالیت‌های کارآفرینانه را درک کرده‌ام». قصد کارآفرینانه: «من تصمیم گرفته‌ام در آینده یک شرکت (کسب و کار) راه‌اندازی کنم». پرسش‌نامه پژوهش حاضر بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده بود.

پایایی پرسش‌نامه توسط سه معیار: ضرایب بارهای عاملی، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد سنجش قرار گرفت: به گفته برخی پژوهشگران، بارهای عاملی از راه محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

ضرایب بارهای عاملی برای تمامی سؤالات بالاتر از مقدار ملاک ۰/۴ بوده و در نتیجه پایایی تمامی سؤالات از نظر شاخص ضرایب بارهای عاملی تأیید می‌شود. آلفای کرونباخ برای سازه‌های آموزش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۸۷ و ۰/۸۷ محاسبه شد که همگی بالاتر از عدد معیار ۰/۷ بوده و نشان‌دهنده پایایی مناسب سازه‌های مدل می‌باشند. مقدار پایایی ترکیبی برای سازه‌های آموزش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه به ترتیب ۰/۸۸، ۰/۹۰ و ۰/۹۱ محاسبه شد که همگی بالاتر از ۰/۷ بوده و نشان از پایداری درونی مناسب دارند. برای سنجش روایی پرسش‌نامه، چند نسخه فرم اولیه پرسش‌نامه به وسیله ترجمه پرسش‌نامه استاندارد تهیه شد و علاوه بر استفاده از نظرات اساتید محترم، روایی پرسش‌نامه با استفاده از آزمون‌های روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا (روش فورنل و لارکر) نیز تأیید شد. همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود تمامی مقادیر به‌دست آمده برای میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) بالاتر از عدد معیار ۰/۵ بوده که به معنی مناسب بودن روایی همگرای پرسش‌نامه است. در روش فورنل و لارکر ریشه دوم مقادیر واریانس استخراج‌شده (AVE) هر سازه، باید بزرگ‌تر از مقادیر همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد و مقادیر روی قطر اصلی باید از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوطه بزرگ‌تر باشند. همان‌طور که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود مقادیر روی قطر اصلی از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوطه بزرگ‌تر هستند و در نتیجه روایی واگرای پرسش‌نامه تأیید می‌گردد.

جدول ۱: نتیجه آزمون روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

قصد کارآفرینانه	ذهنیت کارآفرینانه	آموزش کارآفرینی
		آموزش کارآفرینی
	۰/۷۸۹	۰/۷۸۲
	۰/۶۲۶	۰/۶۰۳
۰/۸۵۱		قصد کارآفرینانه
		۰/۴۲۰

در سطح آمار استنباطی، از آنجا که نتایج آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنف و شاپیرو-ویلک که گزارش نتایج آن‌ها در جدول ۲ آورده شده است، حاکی از نرمال نبودن توزیع داده‌های پژوهش حاضر بودند، از آزمون‌های آماری ناپارامتریک برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده گردید. برای تعیین برازش مدل مفهومی پژوهش و سپس تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. روش مدل‌سازی معادلات ساختاری که به وسیله نرم‌افزار Smart-PLS انجام شد، در واقع واریانس محور بوده و این نرم‌افزار برخلاف نرم‌افزارهای نسل اول (آموس و لیزرل)، به نرمال بودن توزیع داده‌ها و اندازه حجم نمونه حساسیت ندارد.

جدول ۲. نتایج آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنف و شاپیرو-ویلک

متغیر	حجم نمونه	آماره آزمون کولموگروف-اسمیرنف	سطح معناداری Sig > 0.05	آماره آزمون شاپیرو-ویلک	سطح معناداری Sig > 0.05	نتیجه آزمون
آموزش کارآفرینی	۱۵۰	۰/۰۹۲	۰/۰۰۳	۰/۹۸۰	۰/۰۲۵	نرمال نیست
ذهنیت کارآفرینانه	۱۵۰	۰/۰۹۰	۰/۰۰۵	۰/۹۷۱	۰/۰۰۳	نرمال نیست
قصد کارآفرینانه	۱۵۰	۰/۰۹۸	۰/۰۰۱	۰/۹۷۳	۰/۰۰۵	نرمال نیست

طبق الگوریتم معرفی شده در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) دو مرحله اصلی باید انجام شوند. مرحله اول: بررسی برازش مدل که دارای سه مرحله برازش مدل‌های اندازه‌گیری، برازش ساختاری و برازش کلی مدل پژوهش و مرحله دوم: بررسی فرضیه‌های پژوهش، شامل سه مرحله بررسی ضرایب معناداری، بررسی ضرایب استاندارد شده بار عاملی و آزمون سوئل است.

نتایج

در سطح آمار توصیفی از آماره درصد فراوانی جهت توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی استفاده گردید. تمام افراد شرکت کننده در این پژوهش دانشجوی مقطع کارشناسی بوده و با بررسی اطلاعات جمعیت شناختی مربوط به نمونه آماری پژوهش، این نتایج حاصل شد که اکثریت افراد مورد بررسی (۷۳/۳٪) مرد بودند، اکثریت این افراد (۸۶٪) کمتر از ۲۵ سال سن داشته و اکثریت آنان (۹۰٪) مجرد بوده‌اند؛ و همچنین اکثریت این افراد (۷۸٪) دارای سابقه کاری کمتر از ۵ سال بوده‌اند.

در سطح آمار استنباطی، برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری از سه معیار استفاده می‌شود: پایایی شاخص (ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی)، روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا. تمامی معیارهای ذکر شده در بخش سنجش پایایی و روایی محاسبه شده و مدل در مورد تمام آن‌ها نمره مناسب کسب کرده است. نتایج این محاسبات در جدول شماره ۳ آورده شده است.

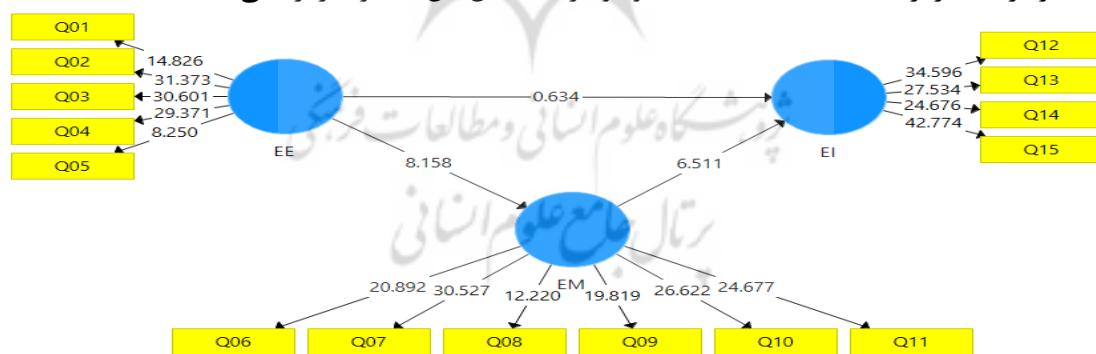
جدول ۳. نتایج ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	R ²
آموزش کارآفرینی	۰/۸۳۵	۰/۸۸۶	۰/۶۱۱	-
ذهنیت کارآفرینانه	۰/۸۷۹	۰/۹۰۸	۰/۶۲۲	۰/۳۶۴
قصد کارآفرینانه	۰/۸۷۳	۰/۹۱۳	۰/۷۲۴	۰/۳۹۵

برای برازش ساختاری از معیار R²، معیار اندازه تأثیر یا f² و معیار Q² استفاده می‌شود (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود مقدار R² برای سازه‌های درون‌زای مدل مفهومی پژوهش، سازه ذهنیت کارآفرینانه ۰/۳۶۴ و سازه قصد کارآفرینانه ۰/۳۹۵ محاسبه شد. در نتیجه سازه‌های درون‌زای مدل مفهومی پژوهش از حیث معیار R² در محدوده متوسط قرار داشته و دارای برازش مناسب

می‌باشند. معیار اندازه تأثیر یا f^2 شدت رابطه میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. طبق محاسبات انجام شده برای اندازه تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه عدد $0/005$ حاصل شد که کمتر از کوچک‌ترین عدد ملاک برای این معیار بوده و نشان‌دهنده اندازه تأثیر غیر قابل قبول است، برای اندازه تأثیر ذهنیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه عدد $0/36$ محاسبه شده و برای اندازه تأثیر آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه عدد $0/57$ محاسبه شد که هر دو بزرگ‌تر از عدد ملاک $0/35$ بوده و نشان‌دهنده اندازه تأثیر بسیار قوی است. معیار Q^2 یا استون-گیزر، قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. ضرایب مربوط به معیار Q^2 برای سازه‌های ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه به ترتیب: $0/20$ و $0/26$ محاسبه شدند که نشان از قدرت پیش‌بینی متوسط و مناسب مدل مفهومی پژوهش در قبال شاخص‌های سازه‌های درون‌زا دارند. برازش کلی مدل پژوهش (Model fit)، شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری است. شاخص SRMR برای پرسش‌نامه‌هایی که طیف لیکرت در آن‌ها استفاده شده معتبر است. مقدار این شاخص بین صفر تا یک متغیر است، برای مدل‌هایی با برازش خوب این مقدار زیر $0/05$ است ولی مقادیر زیر $0/08$ نیز قابل قبول هستند. برای معیار SRMR عدد $0/07$ محاسبه شد که کمتر از مقدار ملاک $0/08$ بوده و نشان‌دهنده قابل قبول بودن مدل است.

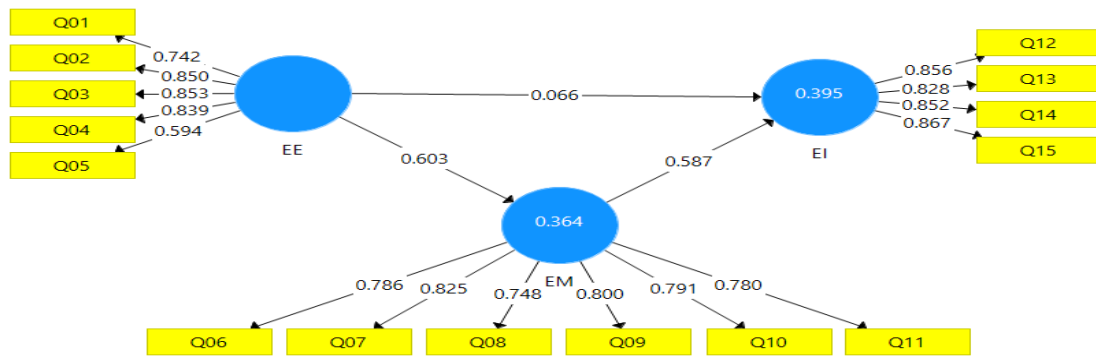
بررسی ضرایب معناداری یا مقادیر t-value نشان می‌دهد که آیا فرضیه‌های تحقیق معنادار هستند یا خیر. در شکل شماره ۲ ضرایب مسیر میان متغیرهای مدل مفهومی پژوهش نشان داده شده است. ضریب معناداری بین متغیرهای آموزش کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینانه برابر $8/158$ و ضریب معناداری میان متغیرهای ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه برابر $6/511$ محاسبه شده‌اند که وجود رابطه میان این متغیرها را در سطح اطمینان $99/9\%$ تأیید می‌کنند. ضریب معناداری میان متغیرهای آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه برابر $0/634$ محاسبه شده که وجود رابطه میان این متغیرها را رد می‌کند.



شکل ۲. ضرایب معناداری t-value

ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرهای هر یک از فرضیه‌های پژوهش در شکل شماره ۳ روی فلش‌ها قابل مشاهده هستند. ضریب استاندارد مسیر میان متغیر آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه عدد $0/066$ است و بیانگر این مطلب است که آموزش کارآفرینی فقط به میزان تقریباً 6% از تغییرات متغیر قصد کارآفرینانه را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند و این موضوع نشان‌دهنده تأثیر نامحسوس و غیر معنادار آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه است. از سوی دیگر دو ضریب $0/603$ و $0/587$ نیز نشان می‌دهند که متغیر آموزش کارآفرینی به‌طور غیر مستقیم و از راه متغیر میانجی ذهنیت کارآفرینانه، تقریباً به میزان 35% (حاصل ضرب دو ضریب مسیر ذکر شده برابر $0/353$ محاسبه شد)، بر متغیر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار دارد. ضریب استاندارد مسیر میان متغیر آموزش کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینانه عدد $0/603$ است و

بیانگر این مطلب است که آموزش کارآفرینی به میزان تقریباً ۶۰٪ از تغییرات متغیر ذهنیت کارآفرینانه را به طور مستقیم تبیین می‌کند. ضریب استاندارد مسیر میان متغیر ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه عدد ۰/۵۸۷ است و بیانگر این مطلب است که ذهنیت کارآفرینانه به میزان تقریباً ۵۸٪ از تغییرات متغیر قصد کارآفرینانه را به طور مستقیم تبیین می‌کند.



شکل ۳. ضرایب استاندارد شده مسیر

آزمون سوبل^۱ برای معناداری تأثیر یک متغیر میانجی در رابطه میان دو متغیر دیگر به کار می‌رود. مقدار Z-value برای رابطه میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه طبق فرمول مربوط به آزمون سوبل، عدد ۵/۱۹ محاسبه شده است که بیشتر از مقدار ملاک ۳/۲۷ است بنابراین صحت این رابطه در سطح اطمینان ۹۹/۹٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد. علاوه بر آزمون سوبل، برای تعیین شدت اثر غیر مستقیم از طریق میانجی، آماره VAF نیز محاسبه گردید و عدد ۰/۸۴ به دست آمده برای این معیار نشان‌دهنده این است که ۸۴٪ از کل اثر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه از طریق غیر مستقیم توسط متغیر میانجی ذهنیت کارآفرینانه تبیین می‌گردد. در جدول شماره ۴ خلاصه‌ای از نتایج کلی مربوط به بررسی فرضیه‌های پژوهش آورده شده است:

جدول ۴. نتایج مربوط به بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	t-value یا z-value	ضریب مسیر	نتیجه نهایی
آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد.	۵/۱۹	۰/۳۵	پذیرش فرضیه
آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارد.	۰/۶۳۴	۰/۰۶۶	رد فرضیه
آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد.	۸/۱۵۸	۰/۶۰۳	پذیرش فرضیه
ذهنیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارد.	۶/۵۱۱	۰/۵۸۷	پذیرش فرضیه

بحث

در فرضیه اصلی پژوهش این نتیجه حاصل شد که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه دارد. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش مختار و همکاران (۲۰۲۱) مبنی بر اینکه آموزش کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی با ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان همبستگی قوی دارند و ذهنیت کارآفرینانه به طور موفقیت‌آمیزی به ایجاد قصد کارآفرینانه در دانشجویان سرعت می‌بخشد و همچنین با نتایج حاصل از پژوهش کوی و بل (۲۰۲۲) مبنی بر اینکه فعالیت آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه رفتاری، تأثیر مثبت دارد که به نوبه خود رابطه بین فعالیت آموزش کارآفرینی و قصد

کارآفرینانه را میانجی‌گری می‌نماید، هم‌سو و هم‌جهت است.

آموزش کارآفرینی به‌طور قابل توجهی باعث الهامات کارآفرینانه شده و در ارتقای شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان مؤثر است. هنوز روشن نیست که ذهنیت کارآفرینانه چطور به‌وسیله آموزش، تکامل می‌یابد. احتمالاً عوامل عاطفی برای شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینانه بسیار مهم هستند زیرا عوامل عاطفی نقش اساسی در یادگیری کارآفرینانه داشته و طرح‌های مختلف آموزشی می‌توانند باعث ایجاد رویدادهای عاطفی شوند که به‌طور موفقیت‌آمیزی شایستگی‌های کارآفرینانه را ارتقاء می‌دهند (کوی و بل، ۲۰۲۲). این نتیجه با مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده که عنوان می‌کند فاکتورهای محیطی (در اینجا آموزش کارآفرینی) می‌توانند منجر به القای نگرش مثبت و احساس توانمندی در مورد انجام کار یعنی ایجاد ذهنیت و قصد کارآفرینانه شوند هم‌سو است. آموزش می‌تواند مهارت و توانایی افراد را افزایش دهد: توانایی‌ها، پیش‌شرط‌های رفتار هستند و منجر به اقدامات می‌شوند. فراهم شدن دانش تئوری در زمینه کارآفرینی و انجام تمرینات عملی (مانند نوشتن طرح کسب و کار)، بررسی مسیرهای پر فراز و نشیب طی شده توسط کارآفرینان و موردکاوی کسب و کارهای راه‌اندازی شده، منجر به ایجاد توانایی درک محیط و اقدام سریع در مقابل تغییرات محیطی و شناخت فرصت‌های کارآفرینانه و به عبارت دیگر شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینانه می‌گردد و در نهایت به فرآیند تصمیم‌گیری برای یک ایده تجاری جدید و ایجاد احساس توانایی شخصی دانشجویان برای راه‌اندازی یک کسب و کار شخصی (قصد کارآفرینانه) کمک می‌کند.

در فرضیه فرعی اول پژوهش این نتیجه حاصل شد که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تأثیر نامحسوس و غیر معنادار دارد و این فرضیه در سطح اطمینان ۹۵٪ قابل تأیید نبوده و رد می‌گردد. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش‌های درینی و همکاران (۱۴۰۱)، پوروایی و همکاران (۱۳۹۹)، مردعلی (۱۳۹۹)، اکبری سیاهکلی (۱۳۹۹)، جمالی کسرینه (۱۳۹۷)، کریمی و همکاران (۱۳۹۵)، ستیاوان و همکاران (۲۰۲۲)، حسن و همکاران (۲۰۲۱) و همچنین چرا و همکاران (۲۰۱۹)، مبنی بر اینکه آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار دارد ناهم‌سو بوده و با نتایج حاصل از پژوهش عشری و همکاران (۲۰۲۲) مبنی بر اینکه حضور در دوره کارآفرینی، قصد کارآفرینانه را در مقایسه با کسانی که در دوره آموزش کارآفرینی شرکت نمی‌کنند، افزایش نمی‌دهد و نیز با نتایج حاصل از پژوهش مختار و همکاران (۲۰۲۱) مبنی بر اینکه رابطه معناداری میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه دانشجویان پیدا نشد، هم‌سو و هم‌جهت است. از طرفی باید به این نکته توجه داشت که عوامل بسیار زیادی بر کیفیت و اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی تأثیرگذار هستند از جمله اینکه محتوای آموزشی تا چه میزان دربردارنده هر دو بعد تئوری و عملی مباحث کارآفرینی است؛ زیرا یادگیری همراه با تمرین عملی باعث ارتقای هم‌زمان دانش و مهارت شرکت‌کنندگان در زمینه کارآفرینی می‌گردد، در حالی که تمرکز صرف بر مسائل تئوری، مزیت درخور توجهی ایجاد نمی‌نماید. همچنین توجه بیشتر به بحث و کارهای گروهی ضروری است.

برای ایجاد حداکثر اثربخشی برای دوره‌های کارآفرینی، لازم است بر مقوله ایجاد اشتیاق به راه‌اندازی کسب و کار شخصی، توجه شود؛ زیرا انگیزه قوی داشتن اولین قدم برای انجام کار است، احتمالاً جلسات دیدار با کارآفرینان می‌تواند برای دانشجویان انگیزه و اشتیاق بیشتری را ایجاد نماید. از سوی دیگر میزان یادگیری شرکت‌کنندگان دوره‌های آموزش کارآفرینی، تحت تأثیر مقوله‌هایی مانند انگیزه افراد از شرکت در این دوره‌ها و همچنین اختیاری یا اجباری بودن دوره‌ها قرار داشته و میزان اثربخشی دوره‌ها را متأثر می‌نمایند. احتمالاً دوره‌های آموزشی برای افرادی که به‌صورت اجباری (صرفاً جهت اخذ و گذراندن چند واحد

درسی) در کلاس‌های آموزش کارآفرینی شرکت می‌کنند و دارای اشتیاق کمتری هستند، اثرگذاری لازم را نداشته و به ایجاد قصد کارآفرینانه کمک زیادی نمی‌کند.

در فرضیه فرعی دوم پژوهش این نتیجه حاصل شد که آموزش کارآفرینی به‌طور مستقیم تأثیر مثبت و معنادار بر ذهنیت کارآفرینانه دارد. مک‌مولن و کی‌یر، تأکید کرده‌اند که ذهنیت کارآفرینانه «نوعی توانایی برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که در حال حاضر در اختیار است» است؛ یعنی به‌طور کلی فعالیت کارآفرینانه تا حدی دارای ریسک است (کوی و بل، ۲۰۲۲). نگرش‌های کارآفرینانه می‌تواند به‌واسطه آموزش تغییر یابد (شوارتز و همکاران^۱، ۲۰۰۹). همان‌طور که پژوهش حاضر نیز این رابطه را تأیید نموده است، برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی مناسب که آگاهی و حساسیت افراد را برای شناسایی یا کشف فرصت‌های کارآفرینی ارتقاء می‌دهد، ریسک‌پذیری و قدرت تحمل ابهام را در افراد افزایش می‌دهد و در نهایت دیدگاهی مثبت و جسورانه نسبت به راه‌اندازی یک کسب و کار ایجاد می‌نماید، منجر به ارتقای ذهنیت کارآفرینانه در افراد می‌گردد.

رویکرد تربیتی در آموزش بر توانایی شناختی دانشجویان برای شرکت در فعالیت‌های پیشنهادی در کلاس درس تأثیر مثبت دارد و یک فضای مطلوب برای یادگیری ایجاد می‌کند که در آن دانشجویان نقش فعالی در کسب تجربه از فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند دارند. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش درینی و همکاران (۱۴۰۱) مبنی بر اینکه متغیر آموزش کارآفرینی بر متغیرهای خودکارآمدی، ذهنیت کارآفرینی و متغیر نگرش به کارآفرینی (عاطفی، شناختی و رفتاری)، تأثیر مثبت و معناداری داشته است و نتایج پژوهش کوی و بل (۲۰۲۲) مبنی بر اینکه فعالیت آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه رفتاری، تأثیر مثبت دارد، هم‌سو و هم‌جهت است.

در فرضیه فرعی سوم پژوهش این نتیجه حاصل شد که ذهنیت کارآفرینانه به‌طور مستقیم بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینانه در افراد منجر به شناسایی بهتر فرصت‌های کارآفرینی، ریسک‌پذیری بیشتر، قدرت تحمل ابهام و دیدگاه مثبت و خوش‌بینانه نسبت به کارآفرینی می‌گردد. این ویژگی‌ها در افراد شرکت‌کننده در کلاس‌های کارآفرینی شکل گرفته زیرا در کلاس درس فرصتی برای دانشجویان فراهم بود تا به ارائه ایده‌های کارآفرینانه پرداخته و به‌صورت تمرین عملی با نوشتن طرح کسب‌وکار آشنا شوند و همین امر منجر به ایجاد قصد کارآفرینانه در آن‌ها است. محیط دانشگاهی مشوق فعالیت‌های کارآفرینانه بوده و ذهنیت دانشجویان را برای تبدیل شدن به کارآفرینان آینده شکل می‌دهد. به‌علاوه، محیط دانشگاه از رقابت‌های مختلف در زمینه ایده‌های کارآفرینی دانشجویان به‌وسیله معرفی کردن آن‌ها به مرکز رشد و فناوری حمایت می‌کند. این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش مختار و همکاران (۲۰۲۱) مبنی بر اینکه ذهنیت کارآفرینانه به‌طور موفقیت‌آمیزی به ایجاد قصد کارآفرینانه در دانشجویان سرعت بخشیده، هم‌سو و هم‌جهت است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به مرور پیشینه ادبی مرتبط با پژوهش و همچنین نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های پژوهش، می‌توان گفت در اکثر پژوهش‌های انجام‌شده تأثیر مثبت آموزش‌های کارآفرینی بر ایجاد قصد کارآفرینانه تأیید شده است، از طرفی نتایج پژوهش حاضر و همچنین پژوهش‌های عشری و همکاران (۲۰۲۲) و مختار و همکاران

(۲۰۲۱) بیانگر این مطلب هستند که آموزش کارآفرینی به طور مستقیم تأثیر محسوس و معناداری بر ایجاد قصد کارآفرینانه دانشجویان ندارد. این موضوع احتمالاً با کیفیت و محتوای آموزشی به کار گرفته شده در دوره‌های آموزش کارآفرینی و همچنین انگیزه دانشجویان از شرکت در این دوره‌ها و میزان یادگیری و بهره‌برداری از مطالب ارائه شده مرتبط است. آموزش کارآفرینی می‌تواند توانایی‌های مدیریتی دانشجویان را برای موفقیت در فعالیت‌های تجاری افزایش دهد. همچنین الگوی آموزش کارآفرینی در دانشگاه، دانشجویان را به مهارت‌های لازم برای دنبال کردن مشاغل کارآفرینانه تجهیز می‌نماید (مختار و همکاران، ۲۰۲۱).

«گاراوان و اوسینید (۱۹۹۴) بر این باورند که سه محور اصلی در فعالیت آموزشی کارآفرینان عبارت‌اند از: دانش، مهارت‌ها و نگرش‌ها. در بیشتر آموزش‌های رسمی کارآفرینی به طور همه جانبه و تحلیلی به موضوع «دانش» پرداخته می‌شود. ولی چالش اصلی این است که «مهارت‌ها» به صورت کلی و ناکافی مورد توجه قرار می‌گیرد و موضوع «نگرش‌ها» نیز اغلب نادیده گرفته می‌شود» (مقیمی و احمدپورداریانی، ۱۳۸۷). احتمالاً دوره‌های آموزش کارآفرینی که بر کار گروهی تمرکز داشته باشند و برای شرکت‌کنندگان این امکان را فراهم نمایند تا با کارآفرینان در ارتباط باشند و یا فرصتی برای شبیه‌سازی یک کسب و کار را برای دانشجویان فراهم نمایند، تأثیر بیشتری بر ایجاد تجربیات عملی مفید در حین شرکت در دوره ایجاد کرده و متعاقباً بر ایجاد قصد کارآفرینانه مؤثرتر خواهند بود.

قصد کارآفرینانه یک باور شناختی است از اینکه شخص قصد دارد یک کسب‌وکار جدید را راه‌اندازی کرده و به صورت آگاهانه قصد دارد این کار را در مقطعی از زمان در آینده انجام دهد؛ بنابراین قصد و تمایل یک شخص برای کارآفرین شدن بزرگ‌ترین عاملی است که فرصت‌های ایجاد کسب‌وکارهای جدید را برای کارآفرینان جوان فراهم می‌کند (ستیواوان و لستاری، ۲۰۲۱). ویژگی‌های آموزشی مانند فعالیت‌های فوق برنامه، دوره‌های اختیاری و فعالیت‌های مبتنی بر تمرین عملی می‌توانند بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیرگذار باشند (کوی و بل، ۲۰۲۲). برخی رویدادها مانند بحث‌های مرتبط با کارآفرینی در خلال شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی، بازدید از کسب‌وکارهای راه‌اندازی شده، دیدگاه یک همکلاسی و یا ملاقات با یک کارآفرین می‌تواند با ایجاد یک تغییر مثبت در ذهن فرد نسبت به کارآفرینی منجر به ایجاد انگیزه قوی در وی گردند.

بر اساس مطالعات مختلف سه جنبه متمایز از ذهنیت کارآفرینانه شامل شناختی، عاطفی و رفتاری است. ذهنیت کارآفرینانه را می‌توان بر حسب افکار، احساسات و اعمالی درک کرد که متضمن تفکر، احساس و عمل در فرآیند کارآفرینی است. برخی از پژوهشگران جنبه شناختی ذهنیت کارآفرینانه را بررسی می‌کنند تا نگرش‌های اساسی و کیفیت‌های مرتبطی مانند شناخت کارآفرین، سازگاری شناختی، انگیزش و فراشناخت را مطالعه کنند. دیگر پژوهشگران، رویکرد عاطفی را اتخاذ می‌کنند تا آنچه را کارآفرینان به عنوان جنبه روشن و تاریک احساس می‌کنند کشف نمایند. جنبه روشن به عواطف مثبتی مانند الهامات کارآفرینی، اشتیاق و خوش‌بینی اشاره دارد و جنبه تاریک به احساسات منفی مانند نفس کارآفرینی یا اعتماد بیش از حد که طی فرآیند کارآفرینی تحت شرایط ریسک، عدم اطمینان و استرس ایجاد می‌شود، اشاره می‌کند. با وجود اینکه تعریف روشن و منسجمی از جنبه رفتاری ذهنیت کارآفرینانه وجود ندارد، اما تعاریف گسترده‌ای از ذهنیت کارآفرینانه که بر توانایی‌ها یا مهارت‌های کارآفرینی فرد تأکید دارند می‌توانند بیانگر همین جنبه باشند زیرا توانایی‌ها و شایستگی‌ها به طور مستقیم منجر به اقدامات می‌شوند و بنابراین پیش‌شرط‌های رفتار می‌باشند (کوی و بل، ۲۰۲۲).

رویدادهای الهام‌بخش در درس‌های کارآفرینی وضعیت مناسبی ندارند، این در حالی است که بر پایه بررسی‌های مختلف، هیجان و اشتیاق، نقش بسیار مهمی در فرایند کارآفرینی ایفا می‌کنند و برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید رویدادهای هیجانی و الهام‌بخش را در خود تلفیق کرده و از آن‌ها بهره بگیرند. طراحی برنامه‌های آموزش کارآفرینی همچنین باید مهارت‌های هوش هیجانی را دربر بگیرد تا به دانشجویان این امکان را دهد که در مراحل اولیه فرایند کارآفرینی با درک و تنظیم احساسات خود در راه تحقق اهدافشان گام بردارند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۵). در ادامه با در نظر گرفتن نتایج پژوهش‌های انجام‌شده، پیشنهادهایی برای ارتقای کیفیت و بهبود محتوای آموزشی دوره‌های آموزش کارآفرینی ارائه می‌گردند:

- پیشنهاد می‌شود که روش‌ها و محتوای آموزشی که به ارتقای سطح مهارت‌ها و نگرش‌ها، در کنار ارتقای دانش کارآفرینی کمک می‌کنند، در برنامه‌های آموزش کارآفرینی گنجانده شوند.

- پیشنهاد کاربردی برای مدرسان و تمام متصدیان برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی این است که به‌جای تمرکز بر مسائل نظری در دوره‌های کارآفرینی، توجه خود را به سمت برگزاری کارگاه‌های عملی، تجربیات عملی و مطالعات میدانی معطوف نمایند.

- پیشنهاد می‌شود سرفصل‌های آموزشی الهام‌بخش در دوره‌های آموزش کارآفرینی گنجانده شوند تا شور و اشتیاق لازم برای ایجاد قصد کارآفرینانه را ایجاد نماید.

- پیشنهاد می‌شود دانشجویان مستعد که قصد راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی خودشان را دارند در خلال برگزاری کلاس‌های آموزش کارآفرینی، شناسایی شده و مورد حمایت قرار بگیرند (مثلاً به‌وسیله معرفی شدن به مراکز رشد یا پارک‌های علم و فناوری) تا انگیزه و اشتیاق شرکت‌کنندگان در دوره‌های کارآفرینی برای راه‌اندازی کسب‌وکار بیشتر شود.

به عنوان نکته پایانی لازم به ذکر است که هر پژوهشی دارای محدودیت‌هایی است و نمی‌تواند تمام جوانب موضوع مورد مطالعه را بررسی نماید. از آنجا که نتایج به‌دست آمده از پژوهش حاضر نشان داد که آموزش کارآفرینی، ۳۵٪ از تغییرات متغیر قصد کارآفرینانه را به‌طور غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی ذهنیت کارآفرینانه تبیین می‌نماید و همچنین شدت تأثیر متغیر میانجی ذهنیت کارآفرینانه در این رابطه، ۸۴٪ محاسبه شده است، توصیه می‌شود در مطالعات آتی نقش عوامل دیگری که می‌توانند متغیر ذهنیت کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهند به‌ویژه نقش متغیر فرهنگ کارآفرینانه بر ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه مورد بررسی قرار بگیرد. همچنین در پژوهش حاضر، تنها به بررسی قصد کارآفرینانه پرداخته شد در حالی که رفتار کارآفرینانه مورد بررسی قرار نگرفت. از آنجا که شاهد کمبود پژوهش‌های طولی در کشور هستیم، پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده با استفاده از یک پژوهش طولی میزان اثربخشی دوره‌های کارآفرینی در ایجاد رفتار کارآفرینانه و میزان موفقیت آموزش‌های کارآفرینی در تربیت کارآفرینان آینده مورد مطالعه قرار بگیرد. سرانجام اینکه بخش مهمی از موفقیت دوره‌های آموزش کارآفرینی وابسته به روش تدریس و محتوای ارائه شده در کلاس‌ها است، بنابراین ضرورت پژوهش در زمینه روش‌های مختلف تدریس و ارزیابی میزان اثربخشی این روش‌ها نیز می‌تواند در پژوهش‌های آتی مورد مطالعه و بررسی قرار بگیرد.

سپاسگزاری

نویسندگان لازم می‌دانند که مراتب سپاس و قدردانی خود را از تمامی افرادی که در انجام این پژوهش یاری‌گر بودند، ابراز نمایند.

منابع

- اکبری سیاهکلی، سارا (۱۳۹۹). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش و قصد کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی خودکارآمدی، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غزالی.
- اوتادی، محمد؛ صفری، سعید؛ عباسی، رضا (۱۴۰۱). بررسی تأثیر خلاقیت، استقلال طلبی و بار کاری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان: نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینی. پژوهش‌های کارآفرینی، ۱ (۱)، ۱-۱۶. doi: 10.22034/jer.2022.255168
- پورویایی، عارفه؛ محبوبی، محمدرضا؛ شریفزاده، محمد (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان). راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۷ (۱۴)، ۱۱۵-۱۰۳. doi:10.52547/jea.7.14.103
- جمالی کسرینه، مجتبی (۱۳۹۷). تأثیر کیفیت آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی.
- خلیلی خضرآبادی، مهدیه؛ حسنی، محمد (۱۴۰۱). تأثیر آموزش کارآفرینی و هویت اجتماعی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان؛ نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینی. فصلنامه آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۱ (۱)، ۱-۱۸. doi: 10.22126/eme.2023.2434
- داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- درینی، محمد؛ آقاجانی افروزی، علی‌اکبر؛ طهماسبی روشن، ندا (۱۴۰۱). بررسی نقش آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی خودباوری، نگرش و ذهنیت (مورد مطالعه دانشجویان استان مازندران)، پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۶ (۵۶)، ۱۴۵-۱۳۱. dor: 20.1001.1.23831324.1401.16.56.10.7
- کریمی، سعید؛ ملامیرزایی، فرشید؛ موحدی، رضا (۱۳۹۵). تأثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های غرب کشور. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۸ (۳۸)، ۶۵-۵۱. doi: 10.22092/jaeer.2016.107203
- مردعلی، فاطمه (۱۳۹۹). تأثیر آموزش کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت، قصد، نگرش و اشتیاق به کارآفرینی. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غزالی.
- مقیم، سید محمد؛ احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها. توسعه کارآفرینی، ۱ (۱)، ۲۴۵-۲۰۷.
- نصیری، مجید (۱۳۹۹). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر مهارت‌های کارآفرینی و نگرش به کارآفرینی در میان فعالان صنعت بورس، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غزالی.
- یزدانی، الهام. (۱۳۹۱). تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50 (2), 179-211.
- Akbari Siahkali, S. (2019). *The role of entrepreneurship education in entrepreneurial attitude and intention regarding the mediating role of self-efficacy*. Master's thesis, Ghazali Institute of Higher Education (in Persian).
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40 (4), 471-499. doi: 10.1348/014466601164939
- Ashari, H., Abbas, I., Abdul-Talib, A. N., & Mohd Zamani, S. N. (2022). Entrepreneurship and Sustainable Development Goals: A Multigroup Analysis of the Moderating Effects of

- Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. *Sustainability*, 14 (1), 431-442. doi: 10.3390/su14010431
- Çera, E., Çera, G., & Skreli, E. (2021). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention: evidence from a transition country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43 (4), 548-569. doi: 10.1504/IJESB.2021.117347
- Chowdhury, M. (2007). Overcoming entrepreneurship development constraints: the case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global*, 1 (3), 240-251. doi: 10.1108/17506200710779549
- Cui, J., & Bell, R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *The International Journal of Management Education*, 20 (2), 100639. doi: 10.1016/j.ijme.2022.100639
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19 (1), 100296. doi: 10.1016/j.ijme.2019.04.001
- Darini, M., Aghajani Afrozi, A., & Tahmasbi Roshan, N. (2022). Examine the role Entrepreneurship Education and Entrepreneurship Intention of Students with the Mediating Role of Self-Confidence, Attitude and Mentality (Case Study of Students in Mazandaran Province). *Journal of Research in Educational Science*, 16 (56), 131-145. doi: 10.1001.1.23831324.1401.16.56.10.7 (in Persian).
- Davari, A., & Rezazadeh, A. (2012). *Structural equation modeling with PLS software*. Tehran, Jihad University Publishing Organization (in Persian).
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67 (5), 663-666. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.11.024
- Fietze, S., & Boyd, B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4 (23), doi: 10.1108/IJEBr-08-2016-0241
- Global Entrepreneurship Monitor (2021). *Global Entrepreneurship Monitor 2020 Executive Report*, Babson College, Babson Park, MA, USA/ LBS, London, UK.
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35 (4), 403-418. doi: 10.1177/09504222211007051
- Jamali Kasrineh, M. (2017). *The effect of the quality of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students based on the theory of planned behavior*. Master's thesis, Kharazmi University (in Persian).
- Karimi, S., Malamirzaei, F., & Mohadi, R. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education and Its Benefits on Entrepreneurial Intentions of Agricultural Students in West Iran Universities. *Journal of Agricultural Education Administration Research*. 8 (38), 51-65. doi: 10.22092/jae.2016.107203 (in Persian).
- Khalili Khezrabadi, M., & Hassani, M. (2023). The Impact of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Social Identity on Entrepreneurial Intention of University Students; The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Education and Management of Entrepreneurship*, 1 (1), 1-18. doi: 10.22126/eme.2023.2434 (in Persian).
- Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000) Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (1), 411- 432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11 (1), 907-933. doi: 10.1007/s11365-015-0356-5
- Mardali, F. (2019). *The effect of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on creativity, intention, attitude and passion for entrepreneurship*. Master's thesis, Ghazali

- Institute of Higher Education (in Persian).
- Moghim, S. M., & Ahmadpour Dariani, M. (2008). Entrepreneurship Education in Iran SMEs Iran: Needs and Alternatives. *Journal of Entrepreneurship Development*, 1 (1), 205-445.
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8 (1), 1918849. doi: 10.1080/2331186X.2021.1918849
- Nasiri, M. (2019). *Investigating the effect of entrepreneurship education on entrepreneurial skills and attitude towards entrepreneurship among stock exchange industry activists*. Master's thesis, Ghazali Institute of Higher Education (in Persian).
- Otadi, M., Safari, S., & Abbasi, R. (2022). Impact of Creativity, Autonomy, and Workload on Entrepreneurial Intention of Students: The Mediating Role of Attitude toward Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (1), 1-16. doi: 10.22034/jer.2022.255168 (in Persian).
- Pourvaei, A., Mahboobi, M. R., & Sharifzadeh, M. S. (2021). Investigating the factors affecting students' entrepreneurship intention (case study: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources). *Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 7 (14) :103-115. doi:10.52547/jea.7.14.103 (in Persian).
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education & Training*, 51 (4), 272-291. doi: 10.1108/00400910910964566
- Setiawan, G. T., & Lestari, E. D. (2021). The effect of entrepreneurship education to student's entrepreneurial intention with self-efficacy as mediating variable. *DoReMa (Development of Research Management)*, 16 (2), 158-178. doi: 10.19166/derema.v16i2.3884
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22 (4), 566-591.
- Yazdani, E. (2011). *The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention*. master's thesis, Allameh Tabatabai University (in Persian).